

Radio sebagai media penyiaran memiliki ciri sebagai media dengan target audiensi yang tidak luas (sempit), yaitu mereka yang memiliki minat atau ketertarikan terhadap program tertentu atau khusus. Program-program yang ditawarkan selalu menarik yang membuat pendengarnya selalu berimajinasi, dan dibutuhkan kreatifitas dalam menyusun strategi program acara sebuah radio dalam menarik pengiklan. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang dibuat adalah “Bagaimana strategi kreatif iklan di radio UNISI FM Yogyakarta melalui program acara dalam menarik pengiklan?”. Untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif iklan di radio UNISI FM Yogyakarta untuk menarik pengiklan melalui program acara. Penelitian ini ada kaitannya dengan A-T-R dimana dari promosi sebuah produk dapat membangkitkan dan menggugah kesadaran (*awareness*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Subyek dari penelitian ini adalah Program Direktur sekaligus *Creative Director*, Tim Manajemen, Pengiklan dan Pendengar. Hasil dari penelitian ini disimpulkan dengan penentuan ide dasar dalam pembuatan sebuah program acara di UNISI FM diambil dari inisiatif radio UNISI FM dengan berorientasi kepada *target audience* dengan menggunakan konsep dari tiga program unggulan yaitu Opera untuk program acara *Morning Sunrise*, konsep Santai untuk program acara *Evening Jamz* dan konsep *Energic* untuk program acara *You an You* dan selanjutnya diikuti dengan proses eksekusi yang meliputi penentuan penyiar, penentuan *sound effect*, dan penentuan *jingle*.